

737  
Tesis  
2431

**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR**

**Facultad de Ciencias de la Educación**  
**y de la Comunicación Social**

**CARRERA:** Publicidad

**MATERIA:** Seminario de Investigación

**TITULAR:** Profesor Juan Bautista González Saborido

**ALUMNA:** NATACHA CAVANNA

**TEMA:** **HACIA UN CAMBIO DE LA CULTURA EMPRESARIAL**

**LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA**

**FECHA:** Julio de 1995

**HACIA UN CAMBIO DE**  
**LA CULTURA EMPRESARIAL**

**LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA**



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# ÍNDICE

	<u>Página</u>
INTRODUCCIÓN .....	6
<b><u>PARTE I: COMUNICACIÓN</u></b>	
• Qué es la comunicación? .....	9
• Comunicación verbal .....	11
Lengua. Habla	
• Elementos componentes de la comunicación verbal .....	13
Contexto. Emisor. Receptor. Mensaje. Canal. Código.	
Barreras de la Compresión: Barreras en la fuente, en la transmisión, en el receptor. Realimentación.	
• Funciones del lenguaje en la comunicación verbal .....	16
Función Referencial. Función Emotiva. Función Apelativa. Función Estilística. Función Fática. Función Metalingüística	
• Clases de Comunicación .....	19
Comunicación Intrapersonal. Comunicación Interpersonal, Comunicación Organizacional. Comunicación Mediada. Comunicación Social o Masiva	
<b><u>PARTE II: COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA</u></b>	
• La realidad empresarial como contexto de la comunicación .....	23

• La empresa como un dominio más de la actividad humana .....	26
• Tipos de comunicación en la empresa .....	28
Comunicación Descendente. Comunicación	
Ascendente. Comunicación Lateral. El rumor.	
• Problemas en las comunicaciones de la empresa .....	32
Omisión. Distorsión. Sobrecarga.	
• Sistemas de Comunicación en la Organización .....	33
Comunicación Mecánica. Comunicación Orgánica	
• Canales de transmisión en la empresa .....	35
Medios de comunicación formales.	
Medios de comunicación informales	
• El género empresario como emergente de un momento cultural .....	40
Tipos de documentos en la empresa: carta,	
memorando , informe , acta	
• Predominio de la Función Referencial en el código empresario .....	46

### **PARTE III: LA NECESIDAD DE UN CAMBIO EN LA**

#### **EMPRESA ACTUAL**

• ¿Qué significa reinventar la compañía? .....	48
• El contexto cultural actual y la necesidad de un cambio .....	51
• El cambio, el rediseño y la empresa de hoy .....	53
• Consecuencias de la reestructuración cultural de la .....	54
empresa en la comunicación	

- La influencia del cambio en el área de personal ..... 58

#### **PARTE IV: LA REALIDAD DE LA COMUNICACIÓN EN LA**

##### **EMPRESA DE HOY (Trabajo de campo)**

- La realidad de la comunicación desde la experiencia ..... 61  
de una empresa americana en proceso de rediseño:

##### **Hallmark**

- Opinión de gente de empresa en Argentina ..... 65  
Aporte de la empresa **IMPSAT**. -¿ A qué se dedica  
IMPSAT y qué servicio ofrece? - IMPSAT replantea  
su manera de trabajar y se producen cambios en la  
comunicación interna de la empresa.

**CONCLUSIONES** ..... 69

**BIBLIOGRAFÍA** .....73

**APÉNDICE** .....75

## INTRODUCCIÓN

El panorama empresarial ha cambiado radicalmente en los últimos años y no podemos pensar seriamente en entrar en el siglo XXI con compañías diseñadas en y para el siglo XIX.

La adaptación al nuevo contexto es un paso obligatorio para que las empresas actuales puedan sobrevivir. Para esto es elemental contar con una reestructuración de su organización y de su cultura.

Es evidente que dentro de esta adaptación de las empresas a las necesidades del nuevo contexto está implícito un cambio en su forma interna de comunicación.

En las empresas la comunicación influye sin excepción. Actualmente la competencia laboral implica el desarrollo de una organización compleja que analice y provea los medios necesarios para obtener la mejor calidad al más bajo precio, y facilite la tarea de su personal a fin de maximizar el resultado del tiempo empleado.

Esto requiere un amplio conocimiento de las necesidades y conflictos de la compañía y sus distintos miembros (desde lo que a simple vista parece intrascendente hasta los grandes proyectos). Todo es importante.

La empresa como organización es una agrupación humana deliberadamente construida o reconstruida para alcanzar fines específicos. Hace tiempo que se está buscando la mejor manera de coordinar los esfuerzos humanos al servicio de los fines de la organización. Una mejora en el tipo de comunicación interna empleada puede ser una eficaz manera de comenzar la búsqueda.

Una compañía, al igual que cualquier sistema en la naturaleza, es resultado de la interrelación de diferentes factores que mantienen un equilibrio entre sí para preservar el funcionamiento adecuado. Si uno de ellos falla, todo se desequilibra.

La naturaleza es sabia, reconoce el problema e inmediatamente inicia un proceso de metamorfosis, que soluciona las dificultades. La comunicación es el único medio que permite la armonía entre los seres humanos.

## PARTE I

# COMUNICACIÓN



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR